



34 Kniffliges Neugeschäft

Öffentliche Ausschreibungen bedeuten für Agenturen einerseits hohe Kosten, viel Aufwand und Papierkram, andererseits winken ihnen langjährige Verträge von zahlungsfähigen Kunden.

Doch wer glaubt, dass sich Agenturen um einen öffentlichen Auftrag nur so reißen, liegt falsch. Warum? Der Weg zum Etatgewinn ist mühevoll und voller bürokratischer Hindernisse – übrigens nicht nur für Agenturen, sondern auch für Vergabestellen.

© ooly - Fotolia.com

TITELTHEMA

34 Kniffliges Neugeschäft

Agenturen müssen bei öffentlichen Ausschreibungen viel bürokratischen Aufwand betreiben

NEWS

8 Die OTC-Werbespendings 2014

8 Merck zu Saatchi & Saatchi und Select NY

9 Agenturen in Kürze

10 TV-Spot des Monats mit Granu Fink Femina

12 Nachwuchstalente im Fokus: Digital Advisor

12 Kemmerich-Keil wird OTC-Chefin bei Merck

MÄRKTE

14 Dr. Willmar Schwabe nur in der Apotheke

Der Naturheilmittelhersteller stellt sich neu auf und denkt über Dachmarkenstrategie nach

18 Der OTC-Markt verzeichnet 2013 dynamisches Wachstum

Dank langer Erkältungssaison legt der Markt der rezeptfreien Arzneimittel deutlich zu

22 Erfolgsfaktoren für den Wettbewerb mit Drogerien

Wie sich Apotheken gegenüber der Konkurrenz profilieren können, von Dr. Rüdiger Mittendorff und Axel Michels, beide von Sebapharma

26 Neugründer auf Nischensuche

Der Marktforschungsmarkt scheint weitgehend gesättigt, doch neue Anbieter wagen sich aufs Feld

29 Absatzprognosen für neue OTC-Produkte erstellen

Die Marktforscher Dr. Ulrike Dulinski und Armin Münch erläutern die Chance-Methode

32 Big Data revolutioniert Medizin

Datenbanken können Vorsorge und Therapie verbessern und zugleich Kosten sparen

KOMMUNIKATION

- 34 Kniffliges Neugeschäft**
Die Spielregeln von öffentlichen Ausschreibungen kennen und beherrschen
- 38 Prozesse mit eigener Dynamik**
Imran Ayata, Agenturchef bei Ballhaus West, im Interview über das Für und Wider von öffentlichen Pitches
- 42 Agenturen sind keine Hellseher**
cherry-picker-Geschäftsführer Oliver Klein über die sechs häufigsten Irrtümer bei Ausschreibungen
- 46 Die Kraft der Marke nutzen**
Dr. Karsten Neumann, Geschäftsführer bei IGES, über die wichtige Rolle der Krankenkassen-Marke
- 48 Globalisierte Kommunikation bringt für Netzwerker klar Vorteile**
Roger Stenz, beim GWA Sprecher des Forums Healthcare, über zunehmende Ansprüche an Agenturen und wie diese gemeistert werden können



Fotos: Dr. Willmar Schwabe

14 Dr. Willmar Schwabe nur in der Apotheke

Der Phytohersteller Dr. Schwabe schließt die Fusion mit Spitzner Arzneimittel erfolgreich ab und richtet seine Kommunikation neu aus.

die nummer 1 kreativagentur laut healthcare marketing.

www.sp-hl.com/kreationen

Machen Sie Ihre Marke zur Best Brand.
Mit der kreativsten Healthcare-Agentur Deutschlands.
Wir freuen uns auf Ihren Anruf: 089 2050 2340

serviceplan
health & life





Quelle: Salzburg Research Forschungsgesellschaft



Quelle: TK, © AndreasFries.de

56 Empowerment bei Diabetes-Patienten

Das EU-geförderte Projekt Empower bietet Diabetes-Patienten ein Softwaresystem an, mit dem Betroffene den Umgang mit ihrer Krankheit lernen können.

64 Gestalter auf großer Bühne

Thomas Ballast, stellvertretender Vorstandsvorsitzender der Techniker Krankenkasse, wechselte im Juli 2012 vom Lobbyisten zum Unternehmensmanager.

MEDIEN

50 Software kurbelt Cross-Selling an

Mit Zusatzinfos in der Apothekensoftware unterstützt die Industrie das Beratungsgespräch

54 Die Zukunft heißt Vertrieb 2.0

Wie Internet und Pharmavertrieb zusammenwachsen, von Niels Seebach, GF bei eTribes

56 Empower macht Patienten zum Diabetes-Manager

Das EU-Projekt Empower unterstützt mit einer speziellen Software Diabetes-Patienten

57 Kann Telemedizin den Arztbesuch vor Ort ersetzen?

Die Streitfrage des Monats beantworten Jens Apermann, DrEd, und Wolfgang Rechl, BLÄK

58 Bauer geht in die Pharma-Offensive

Die Bauer Media Group launcht Praxisvita.de und das Magazin ‚Good Health‘

59 Inspiration fürs Wohlbefinden

Viele Newcomer-Titel setzen auf das Thema psychisches und spirituelles Wohlbefinden

62 VIRA-Index: Klinische Studien

Mit der Onlinepatientenplattform Patientslikeme können Pharmafirmen Probanden rekrutieren

Porträt

64 Gestalter auf großer Bühne

Thomas Ballast wagt als TK-Vorstand den Sprung vom Verband in ein Unternehmen

RUBRIKEN

3 Editorial

66 Termine

67 Vorschau/Impressum

Dieser Ausgabe von ‚Healthcare Marketing‘ ist eine Beilage der Firma SEMPORA Consulting GmbH beigefügt. Wir bitten um Beachtung!